28 1/2
2 5/2

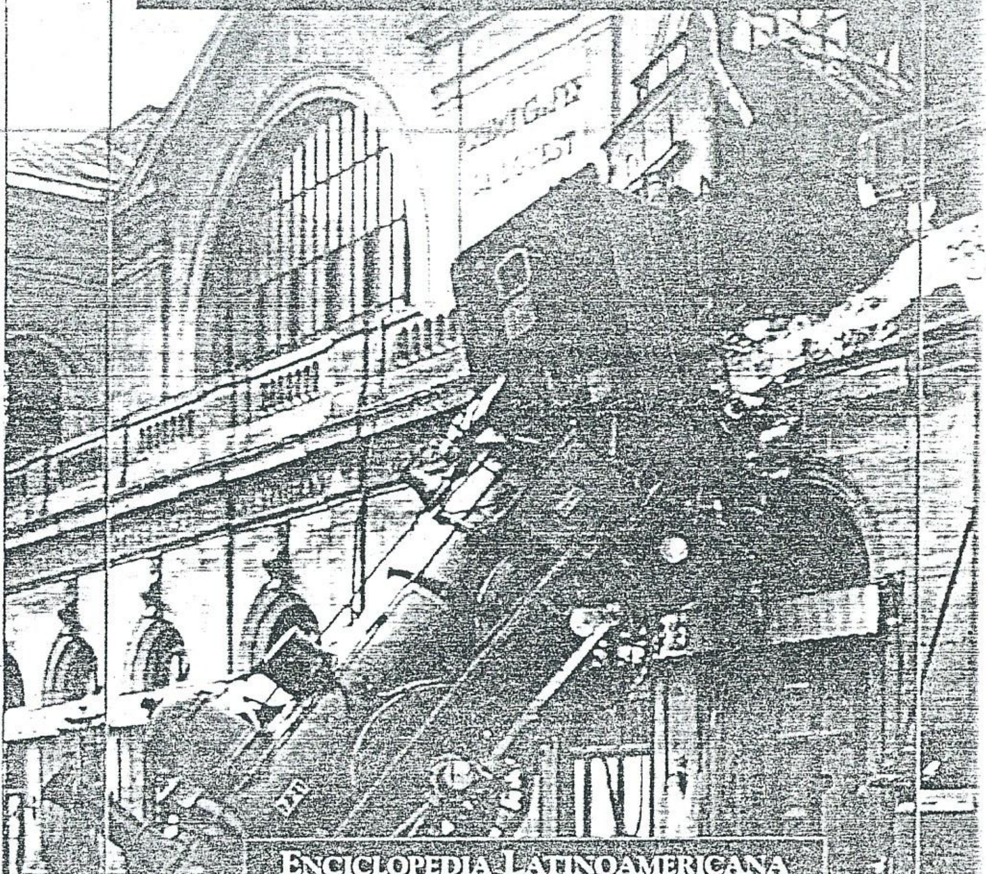
CENTRO DE ESTUDIANTES
FPYCS
Nº CARP: S/F: 1
FOLIO: 22 D/F: 29
AGRUPACION RODOLFO WALSH

MUTERELO
44 Nº 694

1

Periodismo, noticia y noticiabilidad

Stella Martini



ENCICLOPEDIA LATINOAMERICANA DE SOCIOCULTURA Y COMUNICACIÓN

GRUPO EDITORIAL norma

1

Capítulo 1
La noticia en las ciencias de la comunicación

La noticia: ese objeto

El periodismo produce las noticias que construyen una parte de la realidad social, y que posibilitan a los individuos el conocimiento del mundo al que no pueden acceder de manera directa. El producto de su trabajo multiplica y naturaliza gran parte de los discursos en circulación en las sociedades. Por eso mismo, toda teoría de la noticia *se inscribe en una teoría de los medios y en el paradigma mayor de una teoría de la comunicación.*

La producción y el consumo de la noticia en la sociocultura contemporánea

En la segunda mitad del siglo XX, desarrollo tecnológico y procesos de globalización económica favorecieron la expansión de los medios y la constitución de los grupos multimedia[1]. Una de las consecuencias de este fenómeno es la monopolización del mercado y de los

1 La industria de los medios masivos produjo significativos desplazamientos en el panorama económico mundial. las formas de la comunicación audiovisual, en especial el género entretenimiento, junto con los sectores de las telecomunicaciones y de la informática representan "uno de los primeros rubros en el producto bruto de los países desarrollados" (Ford, 1999a 14).

discursos sobre la sociedad, y la dificultad para la aparición de voces diferentes y la práctica de un periodismo independiente. Y también el surgimiento del periodista "multimediático", que reparte su tiempo entre el diario de papel, el digital y la pantalla televisiva, en detrimento de las investigaciones (Klinenberg: 1999). La focalización en las lógicas del marketing reduce la extensión de las noticias, y el producto periodístico se resiente en explicitación y en la contextualización de los hechos construidos[2].

La relación fundamental entre comunicación, cultura y medios y el mundo de la política, la economía y la sociedad ha cambiado sustancialmente, y ha dado forma a *nuevos procesos socioculturales* (Ford: 1999a). Lejos han quedado las utopías de la comunicación de Marshall McLuhan, una "aldea global" igualadora desde los medios masivos, o de los cibernéticos, desde Norbert Wiener[3] (1986), hasta Nicholas Negroponte (1995), para quienes (en momentos y con perspectivas diferentes) las máquinas inteligentes anularían los conflictos en el mundo.

Se debe reconocer que actualmente *hay nuevas formas de construir la información y nuevas formas de consumirla*, y, por tanto, *series de sentido diferentes*. Los datos

2 Señala también Klinenberg que en Estados Unidos en los treinta minutos de un noticiero televisivo se ofrece la misma cantidad de información que la que aparece en la tapa de *The New York Times*.

3 Wiener fue el responsable del diseño de los cañones antiaéreos de retropropulsión durante la segunda guerra mundial, para lo que aplicó desde las computadoras que estaban en su etapa prehistórica la teoría de la retroalimentación y organizó el campo disciplinar de la cibernética. En tiempos de posguerra, para trabajar por la paz, intentó aplicar los principios de la cibernética (ciencia del control y el pilotaje) al campo de las comunicaciones: con el concurso de las máquinas inteligentes, las sociedades podrían comunicarse sin "ruidos", y así llegar a constituir comunidades autorreguladas y sin conflictos.

económicos, sociales y culturales se constituyen en *contexto* y en *variable* para explicar la noticia, ya que una teoría sobre la información periodística se pregunta para quién hablan los medios informativos, qué competencias y expectativas suponen en sus enunciatarios, de qué manera esperan que sus mensajes sean decodificados, qué sentidos producen los individuos a partir de esa información y qué relación se establece entre las agendas de los medios y las agendas sociales.

La información periodística, un género de la comunicación

La comunicación es un proceso de construcción de sentido históricamente situado, que se realiza a través de discursos verbales y no verbales, y atraviesa de manera transversal las prácticas de las sociedades. Los seres humanos construyen sentido sobre sus experiencias y el mundo en situaciones de interacción cara a cara, en formas de interacción social directas, y a través de los medios masivos y de las "máquinas inteligentes".

Esta definición presupone un proceso de retroalimentación que excluye toda consideración del circuito de la comunicación como lineal, y reconoce al público como actor en la producción de significados. En el estudio de la noticia, resultan de utilidad conceptos como los de contexto metacomunicativo[4], reglas que norman

4 En la comunicación, el marco o contexto metacomunicativo es el producto de las operaciones de abstracción que tienen lugar en el nivel metacomunicativo donde "el tema del discurso es la relación entre los hablantes" (Bateson, 1976: 206). El contexto metacomunicativo permite a los individuos delimitar y reconocer la situación de comunicación, y es una categoría fundamental en la producción

la interacción[4] y roles que adoptan los sujetos que intervienen en el proceso de comunicación.

El público da sentido a los mensajes a través de la propia subjetividad, de su inserción en una sociedad y una cultura determinadas. Si se reconoce la cultura como una trama de significaciones en la que los sujetos inscriben y dan sentido a sus prácticas (Geertz,1987), es posible comprender que el estudio y la formalización de *cualquier proceso de comunicación se articula con la cultura en la que ocurre*. En este punto, la reflexión teórica sobre la noticia incluye también los sentidos de la cultura del espacio público y de las prácticas ciudadanas.

La información constituye un género de la comunicación. Una *teoría sobre la noticia* intenta dar cuenta de las diferentes formas y de los procesos de construcción de la información periodística. La información permite a los individuos conocerse y conocer su entorno, organizar su vida en el ámbito privado y participar en la vida pública. La sociedad accede a la masa de información que refiere a acontecimientos de la realidad especialmente a través de los medios de comunicación, que seleccionan los acontecimientos noticiables y los hacen noticia.

y recepción de mensajes periodísticos. Refiere al reconocimiento implícito de que se construyen noticias y se consumen noticias, que constituyen una forma singular de la realidad social.

5 Las reglas, explícitas e implícitas, "constituyen el conjunto de conductas permitidas, preferidas, esperadas y/o proscriptas en una variedad de situaciones de comunicación" y aparecen como "estatutos y exigencias culturales ... de comportamiento social" (Marini, 1995: 7). Con carácter prescriptivo, situacional y/o utilitario (cfr. Goffman 1991; Wolf: 1988; Coulon: 1988; Winkin: 1984 y 1991), en el discurso periodístico las reglas organizan las modalidades de construir la noticia y las formas del consumo.

pero también por la experiencia directa con los acontecimientos[6] que se constituye en lugar de verificación de los mensajes recibidos de los medios. La interpretación de la información periodística se cruza pues con otras series de producción de sentido que circulan tanto por los mismos medios como por fuera de ellos, y que implican diferentes niveles de procesamiento. En esa interpretación operan las representaciones, los valores, los prejuicios y los discursos de segundo y tercer orden provenientes de niveles y géneros discursivos de muy diversa índole.

La noticia en la sociedad del infoentretenimiento

La tarea de construcción de los acontecimientos para la socialización y la constitución de la opinión pública implica un alto grado de responsabilidad por la capacidad de alcance y naturalización de los discursos massmediáticos. Dos problemas graves acechan a la noticia: su oferta y circulación como cualquier mercancía, y en relación directa, su espectacularización, que desplazan el eje de relevancia y trivializan el interés público. La consigna es posicionarse con ventaja en el mercado, por lo cual la función de informar al público queda subordinada, ya

6 Situaciones similares se planteaban desde antes de la aparición del periodismo como tal: cuando los pregoneros voceaban las órdenes reales en la plaza pública y las hojas manuscritas informaban acerca de los movimientos comerciales, esta forma de las noticias convivía con los relatos de viajeros o soldados de regreso de otras tierras o con los cantares de gesta que entretenían y a la vez hacían la crónica de las hazañas constitutivas de las tempranas formas de la nacionalidad. Para un recorrido histórico y un significado de la noticia y la prensa gráfica cfr. Ford (1985).

que el entretenimiento es lo que más vende. Hablar de una *sociedad del infoentretenimiento* sea quizás una de las maneras de caracterizar esta etapa de la sociocultura contemporánea, en la que la oferta noticiosa resulta "un cóctel de información y entretenimiento, de temas pesados e intrascendentes, banales, escandalosos o macabros, de argumentación y de narración, de tragedias sociales comunicadas en tiempo de *swing* o de clip o narradas como películas de acción..." (Ford, 1999: 95-6)[7].

La sociedad del infoentretenimiento es contexto de nuevos horizontes de expectativa en los individuos, que, además, demuestran una escasa credibilidad en las instituciones y los partidos políticos, y se enfrentan con graves problemas en la vida cotidiana (desempleo, inseguridad, violencia). A estos públicos se dirigen los medios más desde la conmoción que desde la argumentación: predominan las retóricas sensacionalistas en la cobertura de casos políticos, y la casuística[8] suele organizar las series de problemas graves en clave narrativizada.

7 Esta modalidad informativa tiene un efecto "distorsionador en la democracia, en la cultura, en la organización social...", y cruza pocesos políticos como la desregulación del Estado, económicos, como el avance de los grupos multimedia y las fusiones entre empresas de información y empresas de entretenimientos, y tecnológicos, como las posibilidades que brinda la compleja infraestructura técnica comunicacional y el software interactivo (Ford, 1999a: 97).

8 De acuerdo con las hipótesis de Ford y Longo (1999b), la casuística caracteriza parte de la información "dura" de los medios en los últimos años, a través de cruces con formas narrativizadas que descolocan el sentido argumentativo de la información y exponen al debate público problemas centrales a través de casos en los que han resultado víctimas individuos comunes. De este modo, son los casos individuales los que proyectan al espacio público problemas estructurales de la sociedad.

Los medios ofrecen también, gracias al desarrollo tecnológico (satélites, televisión por cable, generalización de las transmisiones en directo) el contacto –virtual– con otras culturas. En la posibilidad del acercamiento a otros diferentes –individuos, lugares, objetos–, en los nuevos conjuntos simbólicos que ofrecen los medios al conocimiento humano, radica también la exigencia de una noticia diferente, cuya producción exige nuevos saberes en el periodismo[9].

La noticia y la opinión pública

Los medios son *formadores de opinión en la sociedad*, pero ellos *son formados también por la opinión pública*. En la actualidad es difícil identificar de manera fehaciente a la opinión pública, categoría que está siempre en boca y en la mira, de los políticos y de los medios. Se podría considerar "como indicador fundamental de los estados de la opinión pública a los resultados de las encuestas de opinión pública, de las mediciones de audiencia y de los comicios" (Muraro, 1997: 91). Aunque, como observa también Muraro "la opinión pública no se agota en las encuestas o en los escrutinios electorales" (1997: 92), ya que hay manifestaciones de opinión que no son relevadas por sondeos. La opinión pública se

9 En los '90, un importante sector del periodismo estadounidense se plantea la necesidad de trabajar sobre modelos diferentes, que excluyan la espectacularización y la banalización de la noticia. Pensado desde y para los modelos de la sociedad y la democracia de los Estados Unidos, el *Periodismo público* o *Periodismo cívico*, iniciativa de gente de prensa como Jay Rosen o David Merritt, propone una tarea que incentive la participación ciudadana en el debate público para reactivar la democracia (cfr. Rosen: 1996; 1997, 1999; Merritt: 1995; Charity: 1993).

constituye a través del "diálogo de ciudadanos con otros ciudadanos o consigo mismos" a modo de "un trabajo de generación de consensos" (1997: 93). Estas consideraciones resultan significativas para abordar la relación entre la noticia periodística y la sociedad, y en especial la jerarquización de los criterios de noticiabilidad sustentados por el periodismo en el momento de construir la noticia.

Aunque los individuos no obtienen los datos para constituir su opinión desde un único tipo de discurso, las noticias periodísticas son el discurso central y privilegiado a tal fin. El público procesa los discursos de los medios desde diferentes niveles de percepción, reconocimiento y análisis, en esas formas dialógicas de las que habla Muraro, y que se integran constituyendo una densidad informativa que se mueve de manera transversal, cruzando los campos de interés, de problemas y de experiencias, e integrando también las formas de los imaginarios sociales. El imaginario, "una construcción cultural, histórica, comunicacional que opera en función de instituciones sociales y por actores sociales... un modo (cultural) de interpretar e interpelar al mundo", posibilita la referencialidad a un colectivo en el cual los individuos se integran simbólicamente, y pueden "construir una explicación y una posición respecto al mundo" (Martini y Halpern, 1998:)[10]. Mantiene una relación

10 Los medios construyen, consolidan y difunden las representaciones globales de la vida social (de sus agentes, instancias y autoridades, los mitos políticos, los modelos formadores de mentalidades y de comportamientos, los símbolos). Baczko (1991) señala dos momentos en la historia de la humanidad que marcan las rupturas significativas en los imaginarios, el pasaje de la cultura oral a la alfabetización, y la implantación durable de los medios de comunicación de masas.

dinámica con los discursos de los medios: "la información estimula la imaginación social y los imaginarios estimulan la información, y todos juntos, estos fenómenos se contaminan unos con otros en una amalgama extremadamente activa a través de la cual se ejerce el poder simbólico" (Baczko, 1991: 32).

En la relación singular que reúne a la noticia de los medios, la opinión pública y los imaginarios sociales, el sentido que los individuos (en los ámbitos privados y públicos) conceden a la noticia se construye de diversas formas, muchas de ellas contradictorias, en general nunca lineales. No siempre las modalidades del discurso periodístico refieren de manera transparente a los sentidos vigentes en una sociedad, sino que resultan aproximaciones a él, o construcciones que intentan acercarse a un estado muy general de consenso.

Hacer la noticia

El peso de las agendas públicas obliga a preguntarse por el periodismo que la sociedad necesita en estos momentos en nuestro continente.

La pantalla cinematográfica (en especial la de Hollywood) ha producido históricamente a los periodistas como personajes que comprometen su vida en la causa informativa, como el que encarna Michael Keaton en *The paper* (*El diario*, 1994) o que la venden al mejor postor en el mercado, al estilo del que representa Robert Downey jr., en *Natural born killers* (*Asesinos por naturaleza*, 1997). En el medio, algunas variantes de esos estereotipos ficcionales. Por su parte, la publicidad televisiva de los productos informativos, adhiriendo a la primera versión, los presenta como incondicionales de una práctica

objetiva al servicio de sus audiencias. Esas imágenes aportan al contexto del consumo de la información massmediatizada. En opinión de las sociedades latinoamericanas, los periodistas son aún profesionales relativamente creíbles (Reyes Matta: 1992; Fraga: 1997), con lo que se diferencian de las sociedades del mundo desarrollado, que, en los últimos tiempos han manifestado un alto nivel de desconfianza hacia los "hacedores" de noticias. Luego del veredicto judicial de inocencia a O. J. Simpson, en 1995, y a pesar de que las cámaras televisivas estuvieron presentes durante todo el juicio (lo que según la opinión de muchos garantizaría la transparencia del proceso), los sondeos realizados por la American Bar Association- Gallup indicaron que así como el 80% de los encuestados siente que las celebridades reciben de la justicia un tratamiento preferencial, más de la mitad de esos individuos habían perdido su respeto por los medios informativos como resultado de la cobertura del juicio (Alexander: 1996).

Lo cierto es que la definición que sobre el periodista da el *Diccionario de la Real Academia Española*, la "persona que tiene por oficio escribir en los periódicos", no revela ni la especificidad ni la densidad de la tarea periodística. Porque el periodista no sólo "escribe" sino que *construye la información*, tarea en la que se incluye un alto grado de interés y de curiosidad, etapas de documentación y de búsqueda y verificación de las fuentes, de selección y valorización del grado de noticiabilidad, y de interpretación del acontecimiento. Reconocido como de importancia fundamental en las sociedades democráticas (Rosen: 1996 y 1999; McQuail: 1998; Ramon[illegible] 1998; Bonilla Vélez: 1997; Martini: 1997; Wolton: [illegible]

Charon: 1991; Ulibarri: 1988), los resultados del trabajo periodístico se revisten de autoridad, y constituyen una herramienta de poder[11].

Como en todo oficio o profesión, en el periodismo entran en juego opiniones, representaciones del mundo y de la propia tarea, prejuicios y adscripciones a un estilo, un género, una empresa, una ideología determinados. Es una práctica investida tanto del poder que da la información como de su capacidad potencial para aportar al ejercicio de la ciudadanía. La noticia periodística comparte con la educación la función de difusión y consolidación de imaginarios, símbolos, valores y tradiciones[12].

El trabajo del periodista se desarrolla en el contexto de sociedades en crisis, de fuertes transformaciones socioestructurales y en una tensión constante entre las noticias que producen y el estado de la opinión pública, por una parte, y en una relación conflictiva con el poder (político y económico), por otra. Es esta relación con el poder la que hace del periodismo también una tarea riesgosa. En ocasión del "Día mundial de la libertad"

11 Es un trabajo inevitablemente expuesto que ha inspirado reflexiones en tono cínico como la de Janet Malcom, colaboradora de publicaciones como *The New Yorker* y *The New York Review*, y que caracteriza al periodista como "una especie de hombre de confianza, que explota la vanidad, la ignorancia o la soledad de las personas, que se gana la confianza de éstas para luego traicionarlas sin remordimiento alguno (...) Los periodistas justifican su traición de varias maneras según los temperamentos. Los más pomposos hablan de libertad de expresión (...); los menos talentosos hablan sobre arte y los más decentes murmuran algo sobre ganarse la vida" (1991: 8).

12 A diferencia de la educación formal, cuyo efecto se podría circunscribir –a grandes rasgos– a una etapa de la vida de los individuos, los productos de los medios tienen la posibilidad de vigencia durante toda la vida de esos individuos.

de prensa", el diario argentino *Clarín*, bajo el título de "El año 1999 fue 'nefasto' para la prensa en el mundo" (03-05-00), dedicó dos páginas para informar, a partir de datos suministrados por el último *Informe Anual* de la "Asociación Mundial de Periodistas" (representa a 17.000 publicaciones en 90 países del mundo) sobre amenazas, asesinatos y persecuciones de que fueron víctimas numerosos periodistas en el mundo, durante 1999, situación denunciada también por otras asociaciones que defienden la libertad de prensa[13].

Estos datos se constituyen en contexto para la formulación de una teoría de la noticia: se trata de la situación en la que se desenvuelve el trabajo real en muchos casos y del contexto de construcción de sentido entre individuos de muchas sociedades. Este panorama de riesgo que condiciona en mayor o menor medida el trabajo actual no exime al periodismo de una evaluación constante de los efectos de su labor, y de la reflexión sobre el estado de la noticia en relación con las necesidades y los intereses de la sociedad. El periodista precisa

13 Según la nota, 71 personas empleadas en medios de comunicación perdieron la vida, 80 periodistas fueron encarcelados (según informa *Clarín*, más del 50% de estos casos pertenecen a China, Turquía y Birmania), y en 103 países existe algún tipo de restricción a la práctica periodística. Por su parte, el *Balance 1999* de "Reporteros sin fronteras" habla de 36 hombres de prensa asesinados en ese año (las cifras remiten exclusivamente a los periodistas); 85 encarcelados y 446 detenidos circunstancialmente) (*Sala de Prensa*, año II, vol. 2, mayo 2000 www.saladeprensa.org). Por su parte, la "Asociación para la defensa del periodismo independiente", de la Argentina (creada en 1995) da cuenta del contexto de la labor periodística en este país durante 1998, que se sintetiza en cifras como 35 casos de agresiones diversas; 55 casos de amenazas; 40 casos de intimidación y 44 casos de hostigamiento judicial, entre otros datos (1999: 35-36).

también una actualización permanente que le permita ver y entender las tendencias que cruzan las sociedades contemporáneas, los nuevos mapas de problemas, que le exige una tarea constante de documentación y de manejo de fuentes muy diversas, y un trabajo sobre el propio discurso que lo aleje del peligro del binarismo (acontecimientos blancos o negros), construcción que pareciera facilitar la interpretación de hechos complejos.

Numerosos trabajos, muchos de ellos originados en el propio ámbito periodístico, afirman la necesidad de cambios y ajustes en las agendas noticiosas en términos de favorecer y contribuir al debate público y a la reivindicación del lugar del ciudadano (Glasser: 1999; Peters: 1999; Miceli, Albertini y Giusti: 1999; Rosen: 1999, 1997, 1996; McQuail: 1998; Bonilla Vélez: 1997; Colombo: 1997; Charity: 1993). Las innovaciones tecnológicas (la vigencia de las transmisiones en directo, entre otras) y las lógicas mercantilistas han producido severos cambios en la concepción del trabajo periodístico, traducidos en un mayor conformismo con respecto a la validación de las fuentes de información, a la aceptación de una escasa interpretación de las imágenes y a una reducción en la comprensión del mundo (Mouchon: 1999).

Estudiar la noticia

En el análisis de la noticia periodística, que es un objeto complejo, es necesario un trabajo en densidad que articule tres niveles, el de la construcción de la noticia (centrado especialmente en la tarea de los productores), el del discurso periodístico (centrado en el mensaje) y el que cruza la noticia con las expectativas y el valor de los receptores, con los imaginarios sociales y la opinión

pública, y que son atravesados por el concepto de contrato de lectura. Los dos primeros niveles se articulan con el tercero –en términos de interpretación y de necesidad epistemológica–, por lo que la categoría del receptor se encuentra también presente en todos ellos.

Esta manera de encarar el objeto permite un análisis fuertemente anclado en el campo de las ciencias de la comunicación y reconoce también la pertinencia y la importancia de la tarea transdisciplinaria.